全媒体背景下的电视媒体发展策略研究

摘　要：新媒体时代，不再是单一的传播方式，各种媒体共同存在、相互依托、共存发展。这种情况对于电视人来说，既是一种机遇也是一种挑战。在全媒体如此多样化的情况下，作为电视媒体人，必须要尽快融入其中，理性客观地进行分析，找好自己的角色和定位，做好转型工作，不断地进行改革和创新。本文着重讲述了在不断发展的全媒体时代下，电视媒体在大潮流中面临的问题以及如何生存发展。

关键词：全媒体；电视媒体；趋势；发展；策略

中图分类号：TN948　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）10-022-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.002

文 / 李博

引言

媒体从出现到现在，发生了翻天地覆的变化，可以说是历史发展的必然过程。随着科技不断的进步，网络时代的发展，新媒体时代已经来临，人们对于信息的获取方式和方法也不再仅仅依靠于单一的媒体方式。电视媒体属于传统的媒体平台，如今看来，在当今时代与其他传统媒体和新兴媒体相比，电视媒体不再具有绝对的优势。在全媒体时代背景下，电视媒体发展所面临的问题以及如何规划电视媒体的发展策略是尤为重要的问题。

1. 全媒体发展的趋势

全媒体发展是全球媒体发展规划的重点。传统媒体发展的一个主要方向媒体转型。现在，传媒媒体形态是多种多样的，媒体终端的形式也是多种多样的。人们对信息的获取需求方式造就了媒体形式的多样化，产生了一种全新的、非常巨大的变革，进而使得传统媒体向全媒体进化。例如，网络电视、数字电视、手机媒体等一系列方向。目前全媒体正处于快速发展的阶段，其影响力越来越大，行业内竞争越来越激烈。全媒体传播的手段目前包括的方向有很多，传播的表现手段一般表现在：采用文字、图像、声音等多种手段在电视、报纸、杂志、广播、互联网等进行传播。媒体传播的媒介一般分为电视媒体和互联网媒体两大类，可以充分满足人们在任何时间、任何地点、任何群体通过不同的形式获取自己想要的信息。当前的媒体发展，以新媒体最为普及，数字时代的来临，新媒体以网络、数字广播、数字报刊等形式进行传播。目前，媒体的传播形式不再是一家独大，而是多家共存[1]。

2. 全媒体时代下电视媒体所面临的问题

就目前电视媒体的发展来看，电视媒体在激烈的媒体竞争中缺乏吸引力。互联网产业的迅速崛起，智能手机、平板电脑的普及，电视媒体的发展迎来了前所未有的挑战。我国的电视媒体行业目前看来还处于发展阶段，从发展趋势来看，未来的发展空间还是很大的，具有很大的发展潜力。

2.1 其他电视媒体的多方面竞争压力

在全媒体时代背景下，电视媒体的竞争压力不仅仅来自单一方面。新媒体与传统媒体的多重竞争压力非常明显。首先，虽然电视媒体与报纸刊物、广播媒体的相互影响较小，相互有各自的受用群体，相互的交集也不算是很多，但对于热门资源、热门消息来说，依然存在明显的相互竞争的情况。其次，新媒体带来不容忽视的巨大冲击。互联网络技术在新世纪迅速发展，使我们的生活发生了翻天覆地的变化，新媒体的出现，改变了人们对信息获取的方式，也改变了对信息获取的时间和地点，人们可以随时随地在新媒体上了解最新的消息。这样就压缩了电视媒体的生存空间和发展空间，造成了电视媒体的关注人群的慢慢流失。再次，同行业带来的冲击。现今，其他的电视媒体也在进行发展转型，无论是央视还是省级电视媒体亦或是地方电视媒体都在自己的新发展、新思路的道路上前进。因为大家都意识到，不进行转型和改革，是很难在当今的全媒体时代生存下来的，这就造成了有些优先意识到转型重要性的电视媒体要远远好于其他的电视媒体，甚至出现有些电视媒体根本吸引不到受众人群。还有一方面就是，同类型的节目过多。例如，很多的综艺娱乐节目内容过于相近，抄袭现象太严重，而且都集中在同一个时段播出，时间一长，观众免产生有视觉上的欣赏疲劳。

2.2 互联网络带来的竞争压力

互联网媒体对电视媒体的冲击是巨大的，互联网媒体拥有很多电视媒体所没有的优势。首先，最明显的就是互联网媒体可以随时随地，不受地点和时间的局限，可以全天 24 小时不限时地进行传播，这是电视媒体无法企及的；其次，互联网媒体的传播是双向的，不像电视媒体的单向传播。简单地说就是互联网媒体可以进行互动，可以索取你想知道的任何信息，使信息的获取更加

详尽，任何你想知道的信息，只要在互联网进行搜索、查找、询问就可以随时得到，人们可以直接检索查找自己感兴趣的信息，不像电视媒体单向传播，观众无法知道他想知道的其他延伸性消息；再次，互联网媒体具有多维性，可以将图片、声音、文字等有效组合起来，能更全面地将消息有效整合在一起，更加直观、全面地呈献给广大观众群体；另外，互联网媒体大大缩短了电视媒体制作的时间成本和经济成本。互联网媒体的制作相对于电视媒体可以说有简捷的一面，更可以说，每个人都有及时在互联网发布信息的权利，而电视媒体则没有这么便捷，电视媒体需要花大量的时间整合信息，将图片、文字和声音结合在一起[2]。

3. 全媒体时代电视媒体如何发展

3.1 推动电视媒体的创新

电视媒体的创新要从多方面进行推动，要对电视媒体进行一次深化改革。首先，要对电视媒体的传统理念进行改革，积极拥抱全媒体，以便满足不同受众群体的需要；其次，要对电视媒体的内容进行创新，电视媒体最重要的就是节目内容，通过精心设计出来的节目内容往往可以更吸引人们的关注。要将电视媒体的内容进行优化，使电视内容更加趋于百姓。例如，现在国家主要关注的问题是民生问题，我们要把民生问题做成更多、更细化的电视节目，对制作过程进行改进，要将传统的电视媒体与多媒体形式进行融合，例如，加入线上线下互动、加入 flash 这一独特元素、加入各种各样的虚拟画面场景。让电视媒体的内容更加丰富多彩，不再是单一的讲说形式，让广大观众 的观感更加舒适，拥有更强大的吸引力。

3.2 充分利用网络优势进行营销

可以利用互联网这一优势，为电视媒体节目进行营销策划。例如，通过微信、微博等渠道建立自己的公众号，利用网络为自己的节目进行宣传，通过手机、PC 端和电视媒体这三大途径，达到最大化的为电视媒体节目进行宣传造势的目的，为节目的播出营造一个良好的氛围。通过微信、微博等媒介可以让更多的人参与其中，充分与电视媒体节目进行互动，并且可以通过这一方式方法让广大观众帮助宣传电视媒体节目。还可以每天在微信和微博公众号上做一个今天精彩节目的简短小预告，调动广大观众的胃口，吸引更多的观众。并且可以在节目中加一个抽奖环节，例如，给节目组发送手机短信，也可以利用微信上摇一摇功能或者在微信或者微博推送文章下的评论或转发中抽取幸运的观众，送给观众们一些精美的奖品的方式为电视媒体节目进行良好的营销。总之，将电视媒体与强大的互联网络有效结合，对电视媒体发展是非常好的互赢互利营销手段。

3.3 注重提高电视媒体内容的质量

对于电视媒体来说，高质量的节目内容就是生存保障。电视媒体在传播速度上落后于全媒体，因此更要保证所播报新闻的时效。有一些电视节目经常为了延伸节目时长，将两三天前甚至更长时间发生的事情当作新闻播报，这是对自身媒体节目的一种不负责人的表现。受众所关注节目的品位已经提升了一个高度，所以，电视媒体必须提高自身的电视节目内容质量。比如，现在的综艺节目的规模可以说是空前的大，各个综艺节目争相模仿，好像一个模板中出来的，缺乏原创性。这些节目都有一个共性，就是没有新的策划理念，内容、形式没有新的突破，时间久了观众观赏疲劳，关注度就会出现下滑。想要在全媒体时代的浪潮中存活下来，必须要时刻给自己敲醒警钟，要有充分的忧患意识，将如何提升电视媒体的质量作为重中之重[3]。

3.4 要加强人才的培养

电视媒体如今已经发展到了一个全新的高度，对新型人才的培养和引进显得尤为重要。电视媒体需要更多新颖的策划创意、产品营销和制作包装，这就需要更多的新型人才注入进来。要突出人才优先发展，坚持人才资源优先开发、人才制度优先创新，促进人才发展与经济社会发展深度融合。要加大人才引进力度，全面实施高端人才的引进。建立一个完善的用人方式、用人机制和激励奖励措施，充分激发人才的创造想像力。

结语

全媒体时代，推动了电视媒体的不断创新与发展，使全媒体与电视媒体快速融合在一起。全媒体与电视媒体是一种互利互助、相互依存的生存形式，电视媒体人想要有更良好的发展，必须认清自身，扬长避短，加快电视媒体的改革与创新，在充分发挥自身优势的同时，有效地与全媒体结合在一起，做到与时俱进。媒

参考文献

[1] 刘春娟 . 全媒体理念辨析 [J]. 当代传播，2013（06）：13.
[2] 梁刚建 . 全媒体时代的电视发展趋势南方电视学刊 [J].2014（03）：66.
[3] 杨楠 . 当电视媒体遇到新媒体浅析广播电视的转型发展之路 [J].2013（20）：81.

（作者单位：北京电视台）